

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
(Финансовый университет)
Ярославский филиал Финуниверситета

Аннотация семинара

«Маркетинговые коммуникации»

6 академических часов

Программа семинара «Маркетинговые коммуникации» разработана с учетом требований профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного Приказом Минтруда России от 04.06.2018 N 366н

1.1 Цель реализации

Программа семинара «Маркетинговые коммуникации» направлена на формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для принятия эффективных управленческих решений на основе знаний в области маркетинговых коммуникаций.

1.2 Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы семинара слушатель должен:

Знать

- методы исследования рынка и целевых аудиторий;
- психологические методы коммуникационного воздействия;
- основные правила эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций;
- особенности и сферы применения тех или иных инструментов маркетинговых коммуникаций.

Уметь

- разрабатывать решения в сфере маркетинговых коммуникаций;
- организовывать работу подразделений.

Владеть

- навыками интегрировать возможности конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций в единый комплекс продвижения товаров и услуг на различных рынках
- приемами донесения до целевых аудиторий сути уникального торгового предложения различными методами и приемами маркетинговых коммуникаций;
- методами создания и укрепления имиджа предприятия.

в соответствии с профессиональным стандартом «Маркетолог», утвержденным Приказом Минтруда России от 04.06.2018 N 366н

<i>Код, уровень (подуровень) трудовой функции</i>	<i>Компетенции</i>	<i>Знания</i>	<i>Умения</i>
Код В уровень 7	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	– Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития – Инструменты бренд-менеджмента.	– Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; – Проводить оценку стоимости брендов организации; – Использовать инструменты проектного управления успешными брендами.

Формы и методы обучения:

Формат блоков программы:

- лекция спикера с демонстрацией информационно-презентационных материалов (далее – формат спикер-презентация);
- выполнение практических заданий участниками семинара в малых группах;
- ответы спикера на вопросы участников семинара, поступившие в течение лекции, прошедшие модерацию;

Итоговая аттестация не предусмотрена.

Выдаваемый документ не предусмотрен.